

● 寸 洋

关于“非主流”青少年亚文化的思考

在西方对于青少年亚文化的研究中，为了避免纠缠于“青少年”这一概念界定的暧昧性，以上世纪70年代伯明翰当代文化研究中心为代表的青少年亚文化研究者从“阶级文化”的角度出发，将青少年文化建立在一个同统治阶级文化对立的位置；并通过将同“青少年”相关的“音乐”、“风格”、“生活方式”等符号表意结合、拼贴起来，呈现出一种青少年文化对于主流霸权文化的抵抗态度。

时间流转30年，和二战后的西方国家相似，当21世纪的中国开始经历消费社会、新的大众文化、技术化以及现代城市化时，各种独特的青少年文化形式随之产生了：摇滚青年、痞子文化、小资群体、哈韩族等，真可谓你方唱罢我登场。在不同历史时期和不同群体的青少年亚文化中，一种名叫“非主流”的青少年亚文化显得尤其与众不同。它的出现打破了伯明翰学派惯常使用的“符号”、“权力”视角，提供了一个新的思考方向。

符号的幻象

西方青年问题专家何塞·马乔多·佩斯认为，对于青少年文化的观点主要分为两派：“代际派”和“阶级派”。与西

方不同，中国青少年文化研究，多将青少年亚文化视为一个历史时期的特定产物来研究。比如“邓丽君迷”被认为属于“60年代”人，而“小资”则被贴上“70年代”的标签。所以，中国对各种形态的青少年亚文化，并不是从其“父母文化”（指亚文化所属的更大的阶级—文化系统，《亚文化、文化和阶级》，克拉克等，1976年）来思考它们的起源和特征，而是从所属的时代来进行考量。

伴随着中国上世纪90年代出生的一代人进入青春期，“非主流”文化发端于21世纪初。在Google上输入“非主流”三个字，出现的关键字有“非主流闪图”、“非主流繁体字”、“非主流照片”等，可见，“非主流文化”是一种以视觉表达为主的文化。首先，在服饰打扮方面，“非主流”青少年偏爱宽大、颜色艳丽但又带有颓废风格的衣服。在审美标准上，喜欢用电脑摄像头或手机拍照片，并偏爱用Photoshop软件修饰照片，将眼部修饰得很大，皮肤修饰得很白。在拍照的时候喜欢嘟嘟嘴，刻意追求一种卡通、可爱的效果。在文字方面，一种混合了繁体字、符号、日本汉字、错别字的网络文字——“火星文”成为“非主流”偏爱使用的文字。“非主流”喜欢用颜色基调灰暗的图片搭配一些零

碎化且具有伤感基调的表达方式，比如“我们是糖，甜到哀伤”。

但是，如果仅仅将“非主流”文化特征视为以上的符号表征，就过于强调了这种亚文化奇观的一面，而没有考虑到这种亚文化在更大框架下的本质属性和必然性。由于时代限制，伯明翰当代文化研究中心并没有考虑并预料到大众媒体对于青少年文化的渗透作用。作为在新媒体时代迅速成长起来的一种青少年文化，“非主流”文化得以区别于其他中国青少年亚文化的一个最大特点就是，它所有的表征都是在大众媒体，或者更确切地说，是在网络的虚拟环境下构建的。从QQ中的非主流签名、到经过Photoshop处理的特效图片，“非主流”文化的所有表征都带有技术化、信息化的特点。虽然之前“哈韩族、哈日族”或者是更早的“小资”也有大众媒体的介入，但大众媒体在“非主流”文化中扮演的不仅仅是中介的角色，而是从一开始就卷入到“非主流”文化的形成中，并且内化为“非主流”文化的一种本质特征。

反抗的幻象

在2008年，网络上曾经出现了一阵“90后”和“80后”的公开骂战，

s/blog_47147e9e0100ci6q.html?type=v5_one&label=rela_prevarticle,2009年1月15日

②郭庆光：《传播学教程》[M]，中国人民大学出版社，1999年版

③吴风：《网络传播学：一种形而上的透视》[M]，中国广播电视出版社，2004年版

④⑤姜楠：《文化研究与亚文化》[J]，《求索》，2006年第3期，第47～48页

⑥加布里埃尔·塔尔德：《传播与社会影响》[M]，中国人民大学出版社，2005年版

⑦雷启立 孙蕾：《在呈现中建构——传媒文化与当代中国人精神生活研究》[M]，上海文化出版社，2007年版

（作者单位：暨南大学新闻与传播学院）

注释：

①朱大可：《“山寨文化”是一场社会解构运动》，<http://blog.sina.com.cn/>

而一段在2008年3月26日发布、名为《90后非主流社会精英反80后》的网络视频尤其引人注目。视频中，一名叫“Kululu”、自称是“90后”的女孩子坐在一间粉红色房间里，面对着一台笔记本电脑，手里把玩着PSP游戏机，开始细数“80后”的种种不是，为“非主流”辩护道：“80后的，你们不就是欺负我们90后的年龄还小么？主流媒体话语权都被你们给霸占了……我们就是爱劲舞、爱Party、爱视觉美……”

在4分零7秒的视频中，“你们”这个字眼出现12次，“我们”出现15次，呈现出80后和90后二元对立的叙述结构。其中该女孩子使用“主流媒体话语权”这样的字眼颇让人惊异，因为它一语道破了不同代际文化之争的真正起因——围绕话语权的争夺。

在通俗文化最坚定的维护者约翰·费斯克看来，不同的亚文化“从附属的符号层面的权利建构他们自己的意义，就等同于它们逃避、反抗或与这一社会权利博弈的能力”。（1987年）“非主流”文化虽然通过网络构建了专属于自己的一个符号体系，但与其认为它们构建的目的是为了“逃避”或“反抗”，还不如说是为了得到主流社会的认可和接纳。

然而，随着所谓“90后非主流反80后”事件真相的曝光，该视频文本塑造出来的对抗性也被推翻。因为后经证实，“Kululu”本人为上世纪80年代生人，而这次网络叫骂事件是久游网（劲舞团网络游戏运营商）联合有关网络媒体一手策划的炒作事件。这种表象的对抗性与萨拉·桑顿（Sarah Thornton, 1994年）的说法不谋而合：“负面报道是令人沮丧的，但它是预料之中的，甚至是渴望的……大众媒体的理解通常是一个目标，不仅仅是青少年文化追求的一种效果。道德恐慌因此是市场为目标的产业所特地安排的惯例化的一种形式。”当商业利益和一种能够吸引眼球的争议性联合在一起时，大众媒体就会不顾任

何手段地寻找、甚至是制造出一种刻板的恶魔化出来。

媒介的招安

综观目前世界各地的青少年文化，可以发现，“非主流”文化受到其他地区，特别是亚洲地区的青少年亚文化的影响，比如在香港出现的“MK文化”和日本的“萌”文化。

“MK文化”发源于香港旺角，同大陆“非主流”文化相似的是，所谓的MK人“以14~25岁青少年为主，有独特的衣着文化，并在香港有一定的影响范围。其外形特征主要有：服装上紧下松、服饰多而夸张、头发染成五颜六色、言谈举止求型求酷”。（《MK look的次文化解读》，王玉清）令人感兴趣的是，火星文也被“MK青年”广为使用。日本“萌”文化中的“萌”在日语中代指游戏或漫画中可爱的女生，在10年前兴起。而“非主流”文化中出现的大眼睛、嘟嘟嘴、卡通装扮等符号表征，正是带有这种偏向低龄化装扮的“萌”文化特征。

从上面不同地区青少年亚文化的相似性可以看出，传播技术已经超越了种族和地理上的隔绝，构建了全球青少年文化的认同。也就是说，希伯狄格（Hebdige, 1979年）为伯明翰青少年亚文化研究提供的“风格”和“抵抗”的讨论框架，已经在媒体全球化的格局下瓦解了。在大众媒体的推广下，在媒体文化塑造下，各地独有的青少年文化互相融合，原本“风格化”的青少年亚文化也从一种特立独行变为一种从众。在全球化流行工业的塑造下，一种同质化的生活形态就此生成，而那些原本对主流价值持抵抗态度的青少年亚群体成为了消费主义的最大拥趸。

大众媒体塑造青少年亚文化的终极目的，是通过媒体全球化宣扬主流消费主义，使青少年亚文化同质化，来达到媒体对于叛逆的青少年亚文化的“招安”。在笔者看来，扼杀一种独特的青

少年文化比一种青少年文化的诞生更具有负面效果。因此，在探讨一种青少年亚文化的时候，应该抛弃偏见，更多地反思媒体是否以及如何利用了青少年文化的特异性。

参考文献：

- ① Chris Barker 著，罗世宏等译：《文化研究：理论与实践》，五南图书出版股份有限公司，2004年版
 - ② 阿雷恩·鲍尔德温著：《文化研究导论》，高等教育出版社，2004年7月版
 - ③ 姜华：《大众文化理论的后现代转向》，人民出版社，2006年8月版
 - ④ 香港理工大学中国商业中心研究员王玉清：《MK look的次文化解读》，《香港商报》，2008年6月25日
- （作者单位：厦门大学新闻传播学院）

资 讯

美12岁男孩创办新闻网站

美国一名12岁男孩马克·琼斯对新闻有着非同寻常的热情，他正着手建立一个网络电视“帝国”，专门报道“优质”新闻。

马克·琼斯来自佛罗里达州奥兰多，是莱克海兰预科学校的7年级学生。但这并非琼斯的唯一身份，他同时还是www.hnheadlines.com网站“今日周末新闻”栏目的创建者和资深主持。

“记者这个职业会赋予你很多机会，你会接触到其他人无法接触到的世界。我现在就想进入这一世界，领先他人，占尽先机。”琼斯说。

去年12月，琼斯将卧室的储藏室改造成一个摄影棚，每周花费大约5个小时在里面工作：写评论、录制视频、与网站资源赞助者聚会，并与其他网站分享他发现的好新闻素材来巩固合作伙伴关系。

也许有人会对琼斯的想法嗤之以鼻，但他取得的成就证明他的理想并非空中楼阁。“今日周末新闻”的每日点击率已达到5000次，并吸引了世界各地的实习生无偿加入节目的制作工作。（来源：新华社）